

スマホブランディング THE 仕事人

↓
今月の仕事人



コーセー 宣伝部 宣伝企画・PR課 小林 祐樹氏

(こばやし・ゆうき) 広告会社での営業職を約15年経験した後、コーセーに入社。宣伝部企画・PR課所属・電波媒体・インターネット媒体のメディア担当。雪肌精、ファッション、アスタブランのプロモーション企画も担当。

広告クリエイティブに強いこだわりを持ち、新垣結衣など、女性から圧倒的な人気を誇るタレントを起用した広告が支持を得てきたコーセー。これまでテレビのようなプッシュ型メディアにおいて、消費者を惹きつける魅力的なコンテンツ作りを意識してきたコーセーは、消費者が能動的にアクセスする“スマホ”という場でのコンテンツ作りをどのように考えているのか。

当社には30以上のブランドがあり、ブランドによって販売チャネル、ビジネスモデルも異なります。その中でも私は今年、誕生30周年を迎える『雪肌精』をはじめ、ドラッグストアなどがメインの販路となるマズブランドを担当しています。当社の場合、テレビを中心としたコミュニケーション設計が現在もうまく機能しているため、マズ

「前例通り」が通用しないのが、変化の激しい今の時代。特に消費者のお気に入りメディアがスマホへシフトするなど、メディア接触が大きく変化の中で、マーケターは常にチャレンジが求められる厳しい仕事になっています。そんな環境にポジティブに向きあい、挑戦を続けている新時代のマーケターの方たちに、現在の課題、そして未来構想を伺います。

「スマホ×動画の可能性を模索したい」

メディア中心のプランニングになっています。ただ『雪肌精』など、特に若年層をターゲットとするブランドの場合には、メディア接触行動の変化に合わせて、新しい接点づくりが必要だと考えています。

消費者のメディア接触行動が変化していく中で、数多あるメディアの中から何を選択し、どこに集中投下させるべきか…。これは、ここ最近のプランニングにおける大きな課題ですが、若年層を対象としたコミュニケーションではスマホに大きな期待を寄せ、活用の可能性を検証しているところです。

10代後半～20代の女性のスマホ利用の動向を見ると、接触時間ではLINE、続いて動画視聴が多い状況です。中でも私が担当するマズブランドでは、O2O(オーツーオー) 施策に特に強みのある広告ツールは小売り・流通の方に負担をかけてしまう場合があるので、動画展開に力を入れています。

スマホ用に動画を作る際には、音声をオフにして視聴されることが多いため、必ず字幕を入れるようにしています。さらにBGMがなくても楽しめるコンテンツになっているか、などスマホの視聴環境を考えた、適切なクリエイティブを考えてきました。またブランドに対する共感性を高めることを目的に動画を活用しているので、動画を拡散させる時に消費者が残念に思うようなタイミング、場所に露出しないよう心がけています。通常のオープンDMPに加え、オープンのソーシャル

専用DMPも活用しているのもその一環です。

デジタルはコンテンツに対する反響がデータで蓄積されるので、それを見る必要がある一方、化粧品という五感に訴えかける要素も重要な商材だけに、データだけに頼らないマーケターの感性も必要とされていると感じます。両者のバランスを取りながら、スマホに適したコンテンツの形を模索していきたいと考えています。

消費者がたくさんの情報に囲まれている現代のような環境においては、魅力的なコンテンツ作りに取り組むだけでなく、コンテンツと「会合」場づくりも考えていく必要があります。その点で情報を整理し、求めている情報を見つけやすくしてくれるキュレーションメディアは、コミュニケーションプランニングに際して欠かせないものになっています。特に当社の場合、テレビCMを制作する時も常に消費者にとって有益なコンテンツになるように心掛けてきたので、ビジュアルにもこだわるAntenna(アンテナ)は非常に魅力的です。ライフスタイル系のコンテンツを中心とするAntennaは、化粧品と相性が良く、実際にAntennaに出稿した時に、社内の女性社員そして取引先の女性担当者とも話題になりやすいです。Antennaであれば、ターゲットを同じくする他業界の広告主さんとコラボした企画なども展開できそうなので、いろいろと前例のない新しい仕掛けを試していきたいですね。



キーワード >

字幕つき動画

クリエイティブへのこだわり

再生と拡散の連鎖



Antennaブランドムービー(雪肌精の事例)

スマホで動画を配信したい、限りなく美しく。 コーセーが選んだのは、Antenna[アンテナ]でした。

「洗顔」という日常的な行為を通して、肌だけではなく心までリセットしていく様子が描かれるCM。洗い終わったスッピンの表情は、新垣結衣さんらしい透明感にあふれています。繊細な女性の美を扱うからこそ、クリエイティブは限りなく美しくないといけない。コーセーのデジタル戦略は、この点に明確な基準があります。選ばれたのはAntenna。『ブランドムービー』(※)なら「雪肌精」のブランドイメージを共感とともに伝えられる。想像以上の再生回数と拡散の連鎖は、この予想を証明するものとなりました。画面の小さいスマートフォンからブランドの情感を伝え、数字の結果も出す。このバランスこそ、スマートフォンブランディングメディアとしてAntennaが目指す新しい世界です。(※)Antennaブランドムービーは、自動再生動画を配信するメニューです。動画再生後は広告本文が表示され商品理解を促します。

時代が変わりメディアが変わる。スマートフォンはブランディングを変える。

誰でも、すぐに広告配信

広告は、管理画面から誰でもすぐに投稿・配信することができます。

動画素材

テキスト

広告主指定URL

管理画面から
直接投稿

広告配信開始

Antennaユーザー

御社に最適なAntennaの活用法をご提案します。

☎ 03-5772-3009 (担当部署:メディアプランニング室) ✉ antenna_sp@glider-associates.com

📄 媒体資料ダウンロード <https://antenna.jp/web>

株式会社グライダーアソシエイツ 東京都港区赤坂8-7-15 アンフィニ005 〒107-0052

